

氏 名	池田 拓生
所 属	都市環境科学研究科 都市環境科学専攻 観光科学域
学 位 の 種 類	博士（観光科学）
学 位 記 番 号	都市環境博 第184号
学位授与の日付	平成28年3月25日
課程・論文の別	学位規則第4条第1項該当
学位論文題名	観光における創発的な協創に関する論考
論文審査委員	主査 准教授 倉田 陽平 委員 教 授 菊地 俊夫 委員 准教授 直井 岳人

【論文の内容の要旨】

本論は、観光における「創発的な協創」について議論するものである。協創とは、個人や企業が Web や通信技術を活用し、自発的秩序形成を通じて共有する成果を得ることである。また、創発的とは、明確な目標を持たない人々の行動や活動によって新たな秩序が形成されることである。観光においてコンテンツが創発的に生み出されていくことは、観光における新たな魅力や遊び方が出現する可能性が広がることである。このため、本論では観光における「創発的な協創」の現状を把握し、これを生じさせるための条件について検討した。

第1章では序論として、本研究の目的と背景を整理した。この中で Web の登場によって社会変動が起こっており、創作の手段として不特定多数の人々による協創が可能性を持っていること、また、日本においては文化的な背景からコンテンツの協創が行われやすい環境が存在していたこと、そして、協創されたコンテンツが観光を誘引する場合があることを示した。

第2章では、既存研究で指摘された協創が実現されるための条件を整理し、さらに「初音ミク」を例として「創発的」な協創が起こるための条件を考察した。具体的には「協創の焦点となる像」「著作権管理とマナーの整備」「コンテンツの非完結性」が創発的な協創が起こるための条件として導き出された。「協創の焦点となる像」は、集約性を具体化したものであり、タグや設定（キャラクター）のような目的までいかないが、共有できるものである。「著作権管理とマナーの整備」は、協創への参加する上での心理的敷居を下げるものであり、安心して参加できる環境を用意するというものである。「コンテンツの非完結性」は、共有されたコンテンツを参加者が視聴するだけでなく、更に利用し盛り上げていく、次のコンテンツの一部やヒントとなっていく構造である。

第 3 章では、創発的に協創されたコンテンツが観光行動を誘引し得ることを、三つの事例から明らかにした。また、各事例から、観光時の写真や動画、訪問記、創作物が「創発的に協創されているコンテンツ」をさらに盛り上げる要因としても機能するサイクルがあり得ることを明らかにした。

第 4 章では、観光関連のコンテンツがどの程度創発的に協創されているかを明らかにするために、ニコニコ動画の動画タグを用いた分析を行った。この結果から、観光関連のコンテンツは現状では規模が小さく、協創も活発とはいえないことを明らかにした。また、その理由として、①参加者が少ない、②人気投稿者が不在、③タグの示すジャンルが個人ごとに形成される傾向がある、④頻出するタグに多様性が不足している、⑤関連するツールが不足している、この五点を明らかにした。さらに、ニコニコ動画においては、観光関連のコンテンツを投稿し、協創に参加するための敷居が高い可能性が推察された。

第 5 章では、第 2 章で整理した「創発的な協創を実現するための条件」をふまえ、第 4 章で明らかになったニコニコ動画における観光関連コンテンツの創発的な協創の阻害要因（投稿し、創発的な協創に参加する敷居が高い）を克服する Web サービスの開発と実装を行い、評価実験を行った。具体的には、音楽が付いたスライドショーを創発的に協創し、共有できる Web サービスを開発し、実装した。また、観光関連のコンテンツの投稿単位を写真 1 枚にし、協創への参加方法も複数用意することで、観光関連のコンテンツを投稿し、創発的な協創に参加する敷居を下げる工夫を施した。評価実験では、これら観光関連のコンテンツを投稿し、創発的な協創に参加する敷居が、動画の投稿に比べ改善されているかを評価してもらった。評価実験の結果、観光関連のコンテンツの創発的な協創を促す Web サービスの可能性を示すことができた。また、評価実験の結果によると、既に Web サービスで観光関連情報を積極的に入手している被験者ほど、実験に利用した Web サービスの各機能を容易に使いこなし、進んで利用したいと考える傾向にあった。このため、観光関連の情報を扱う他の Web サービスと連携させることで、興味を持つ参加者を取り込み、観光関連のコンテンツの創発的な協創を促進できる可能性が示された。

第 6 章では、これまでの議論から、観光における創発的な協創の課題と展望を取りまとめた。観光においても条件を整えることで、創発的な協創を利用した空間の新たな観光価値の生成を促すことが可能であると推察される。一方で、その協創を担う参加者をいかに獲得すべきかという課題がある。

本論文は、これまで明らかにされていなかった観光における創発的な協創の現状や意義を提示した点、観光における創発的な協創を実現させるための条件を示した点で、観光研究における新たな知見を提供するものである。